

《众包与威客》

图书基本信息

书名：《众包与威客》

13位ISBN编号：9787300211240

出版时间：2015-8

作者：黄国华,王强

页数：280

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《众包与威客》

内容概要

在互联网高速发展的今天，如何通过网络把自己的智慧、知识、能力、经验转换成实际收益？成为一名威客，是最灵活、最具吸引力的方式。如何利用网络高效完成组织需求？利用威客网站，采取众包的方式发布任务是相当有效的路径。威客网站一方面帮助威客们将闲置的智慧资源汇集起来，另一方面则可以将大量的客户需求互联网化，实现双赢。

怎样才能成长为一名优秀的威客？本书运用大量实际案例，教给读者：

如何运用威客网站接到订单？

如何与客户建立融洽关系？

如何实现品牌经营？

……
在大众创新、万众创业的大潮中，《众包与威客》帮助那些心怀创业梦想的人脚踏实地真正实现智慧的价值。

《众包与威客》

作者简介

黄国华，一品威客网创始人、CEO，厦门高层次人才引进“双百计划”领军型创业人才A类项目获得者。原《福建日报》报业集团首席记者。2007年7月，成功创办城市巴士TV媒体公司；2010年7月，创办国内新生代领先的创意设计电子商务交易平台——一品威客网，于2013年、2014年分别获得国家电子信息产业投资基金——华犇基金A轮1 000万元、上市公司华闻传媒B轮2 000万元战略投资，平台上聚集超过800万名设计师、创意人才，为国内5 500多万家中微型企业提供创意设计交易服务。一品威客网被科技部列为2015年国家科技支撑计划项目承担单位。

王强，厦门磐世旗智库创始人及CEO、一品威客商学院院长。清华大学博士，管理学博士后、副教授。致力于管理创新、创业、创意领域的跨界研究、实战及分享传播，曾任教清华大学并获教学成果二等奖，在新加坡国立大学、香港中文大学等校访问研究。出版了8本管理专著，其中2002年底出版的《学习型政府——政府管理创新读本》在政府创新领域广受赞誉并不断再版。他在2005年自主研发了国内第一个地方政府绩效评估网站“民众评价政府网”，是国内第一个民意测验网站。曾任世界500强企业首席人力资源顾问，也曾为大型国企集团、互联网上市公司服务过。

书籍目录

- 01集体智慧变现商业价值
 - 网络让你更聪明还是更笨
 - 小米让用户参与设计
 - 互联网思维下的新组织模式
 - 哪里有注意力哪里就有钱
- 02什么是众包
 - 众包概念的出现
 - 创意需求爆发，催生众包模式
 - 众包模式的几种用途及举例
 - 众包竞赛解决创新难题
 - 众包与外包的区别
 - 世界上第一个平台性质的众包网站
 - 我国众包模式的发展
- 03众包带来的管理理念升级
 - 用众包推动组织结构创新
 - 用众包实现营销突破
 - 用众包提升客户体验
 - 用众包加强内部沟通
 - 政府用众包推进社会进步
- 04什么是威客
 - 威客概念的出现
 - 威客网站的市场
 - 目前主流威客网站的商业模式
 - 威客的几种类型
 - 做威客首先要找一个好的平台
 - 雇主需要注意哪些事项
 - 威客网站的在线交易服务模式
 - 威客网站的盈利模式
- 05菜鸟威客敲门砖
 - 做威客，先熟悉威客游戏规则
 - 在线交易评价制度
 - 明星威客宣传推广制度
 - 从容易赚钱的简单任务入手
 - 威客新人常会遇到的问题及解答
 - 威客选择任务有哪些技巧
 - 投标就像投简历
 - 什么样的人适合做威客
 - 为什么说创业比就业更幸福
 - 全职还是兼职
- 07中级威客晋升秘籍
 - 如何把握客户心理
 - 如何和客户有效沟通
 - 如何提高素质，维护自己的职业形象
 - 如何促使客户快速签单合作
 - 设计师需要避免的八大误区
 - 威客如何处理与客户之间的纠纷
- 08高级威客品牌经营

《众包与威客》

品牌的信任营销

向乔布斯学习表达

向foursquare学习黏住顾客

激活品牌的内在力量

付出远超常人的努力与心力

品牌的常规营销：平台广告位

用社交媒体擦亮品牌

品牌的情感营销

优化推广服务

09目前威客领域存在的问题及未来的

发展趋势预测

目前威客存在的问题

威客的知识产权问题

未来威客网站的发展

后记

参考文献

《众包与威客》

精彩短评

- 1、这本书最大缺憾是威客要解决的核心问题不是知识产权的问题。而是匹配的问题。如何让招标方能够找到最有效的投标方。威客平台没能解决这个问题，即便是一对一的方式，投标方能否满足招标方的要求啦？要解决匹配问题，最重要一点就是因素分解，从而构成平台大数据，然后对投标方需求进行因素分解。根据因素匹配让供需双方达成一致。而众包形式更大目的被商人用于营销。并且参与众包的投标方更多是免费参与，这不同于威客。众包更适合社区建设。威客是兼职需求。
- 2、众包，脱胎于美国。威客，脱胎于中科院。两个概念都是结合当前互联网迅猛发展而兴起的，从揽私活到专业的承包商，这是一个将创意、设计等进行线上交易的平台，可以是C2C、B2B或是B2C，总体来讲是一对一或一对多。众包的理念势将推行开来，未来的竞争将更快速，更激烈，众包可以促进竞争的发展。此时想到了C2B，众包是调用集体智慧，选择最合适的方案，而C2B则是在满足个性化需求的基础上，收集集体需求进行规模制造，不管是众包还是C2B，都将是未来发展不可忽视的方向。
- 3、入门书籍，质量尚可。
- 4、这本书广告成分更大.....
- 5、一品威客创始人写的，炒炒概念，也没什么干货。
- 6、解说的详细到位，读完能初步了解威客的一般技能
- 7、知道了很多威客网站 如一品威客 猪八戒 任务中国 时间财富还有威客地图 百事焕新公益项目对营销还是有启发的 还有乐高在盒子上印顾客照片的故事 旅行社和茶艺爱好者俱乐部合作的例子也不错 星巴克用网站来挖掘大众创意 包括杜杜的卖萌营销 回复我要福利 这招在微信公众号肯定管用啊

《众包与威客》

精彩书评

《众包与威客》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com